

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ КУРСА «СОЦИОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» ДЛЯ СТУДЕНТОВ-СОЦИОЛОГОВ

Л. В. Филинская

Пять-шесть лет назад о парадигме высшего образования, главный лозунг которой – «From teaching to learning» («от преподавания к учению» в терминологии Р. Бара и Дж. Тага), говорили и писали не только в научных журналах, монографиях, учебниках, на научных конференциях, но и на страницах популярных газет, журналов, в телевизионных передачах. Однако отказ от одностороннего подхода к работе в аудитории происходит слишком медленно: начитывание материала удобная и привычная форма общения со студентами. Преподаватели зачастую забывают о специфике современной социокультурной ситуации, об особенностях положения науки в современном обществе, насущных проблемах самого образования, об изменениях в студенческой мотивации к учебной деятельности.

Смена образовательной парадигмы и методических технологий в преподавании социологических дисциплин обуславливается также изменением в отношении самой социологии к повседневному знанию и повседневности. Так, З. Бауман в своей работе «Философские связи и влечения постмодернистской социологии» говорит о разуме законодательном и разуме интерпретативном, о том, что социология в современном мире должна позиционировать себя по-новому. Она должна стать «информативным, систематическим комментарием в познании повседневной жизни, комментарием, который расширяет ее познание, питая ее и сам преобразуясь в этом процессе» [1, с. 5]. В современной ситуации преподаватели-социологи не должны просто вещать с кафедры, как проповедники. Они должны помочь повседневному деятелю. И Бауман показывает, как связать наши повседневные проблемы и социологическое знание, говорит, что повседневные проблемы могут быть поняты по-иному, более глубоко, более адекватно, если к их интерпретации, их пониманию и решению подключить социологическое знание.

Учебный курс «Социология предпринимательства» читается для студентов четвертого курса отделения социологии и рассчитан на 54 часа (26 часов – лекции, 22 часа – семинарские занятия, 6 часов – КСР). Предпринимательство рассматривается как комплексный экономический и социокультурный процесс, связанный с распознаванием и реализацией предпринимательских возможностей. Этот процесс

происходит в социальном поле, в котором действуют различные акторы, существуют правила и нормы, формируются ролевые функции и сетевые взаимодействия. Многолетний опыт участия в международных проектах по изучению особенностей развития деловой среды в Республике Беларусь, а также проведение социологических исследований по проблемам формирования рыночной экономики, предпринимательского потенциала белорусского общества, системы ценностных ориентаций предпринимателей и др., позволяет свести к минимуму традиционные лекции. Так, например, в ходе лекции «Сущность предпринимательства, его роль и место в обществе» студенты пишут 15-минутное эссе «Почему я хочу/не хочу и могу/не могу заниматься бизнесом». Лекция по теме «Внешняя среда предпринимательской деятельности» сопровождается работой в малых группах по 5–6 чел. для выделения и описания всевозможных рисков предпринимательской деятельности. На это уходит 10–12 мин. Особый интерес вызывают занятия, которые строятся на использовании разнообразных кейсов – неких показательных или типичных случаев. Формы работы могут быть разнообразными: индивидуальная, в парах, в небольших группах или всей аудитории. По содержанию случай может быть: ситуаций из реальной жизни, недавнее событие, искусственно созданный пример, пример из профессионального опыта. Например, при рассмотрении темы «Предпринимательство и государство» мы рассмотрели ситуацию реальной жизни – реорганизацию индивидуальных предпринимателей в юридическое лицо. Семинарские занятия в рамках данного курса проходят в форме дебатов, круглых столов: «Теневая экономика – за и против», «Должен ли быть бизнес социально ответственным?». Выступления с рефератами практикуются только в одном случае, когда студенты готовят материалы о жизни и деятельности известных бизнесменов.

Самое главное в данном курсе – практические задания, которые выполняют студенты. Во-первых, они могут участвовать в социологических исследованиях, проводимых ЦСПИ БГУ. Студенты проводят интервью с руководителями предприятий малого и среднего бизнеса, индивидуальными предпринимателями, участвуют в подготовке и проведении фокус-групп. Во-вторых, будущим социологам каждый год предлагается пять-шесть различных тем, связанных с проблемами развития бизнеса в Беларуси. В 2009 г. студенты-социологи получили и успешно выполнили следующие задания:

1. Подготовить программу социологического исследования на тему «Предпринимательский потенциал белорусского общества». Разработать инструментарий и провести пилотажное исследование в городе Минске. Объем выборочной совокупности – 200 чел. Данное задание выполняет группа из 8 студентов.

2. Провести глубинное интервью на тему «Как я пришел в бизнес». Разработать гайд и провести интервью с предпринимателями (руководителями малых и средних предприятий) в возрасте 25–35 лет и 45–55 лет. Данное задание выполняет группа из 6 студентов.

3. Провести глубинное интервью на тему «У предпринимательства не женское лицо». Разработать гайд и провести интервью с женщинами-предпринимателями (руководителями малых и средних предприятий). Данное задание выполняет группа из 6 студентов.

4. Провести контент-анализ белорусских газет на тему «Роль печатных СМИ в формировании образа предпринимателя». Данное задание выполняют 2 чел.

5. Провести виртуальную фокус-группу (виртуальное наблюдение) на тему «Власть и бизнес». Данное задание выполняет группа из 4 студентов.

6. Подготовить программу социологического исследования на тему «Отношение населения Республики Беларусь к предпринимателям и предпринимательству». Разработать инструментарий и провести пилотажное исследование в городе Минске. Объем выборочной совокупности – 200 чел. Данное задание выполняет группа из 8 студентов.

7. Такие практические задания позволяют не только успешно освоить теоретический материал, но и закрепить полученные навыки проведения количественных и качественных исследований.

Литература

1. Бауман, З. Философские связи и влечения постмодернистской социологии / З. Бауман // *Вопр. социологии*. 1992. Т. 1. № 2. С. 5.